

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dipakai untuk penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah penelitian yang tak terlalu menitikberatkan di kedalaman data, dan yang terpenting bisa mengambil data sebanyak mungkin dari sebuah populasi. Pendekatan kuantitatif identik dengan pendekatan deduktif, yaitu pendekatan yang berangkat dari persoalan umum (teori) menuju hal yang khusus sehingga penelitian ini harus memiliki landasan teori (Masyhuri & Zainuddin, 2008). Dalam metode kuantitatif, yang diutamakan adalah analisis data berbentuk angka atau data kualitatif yang dikuantifikasi (diberi bobot nilai atau angka).

Jawaban responden dari angket yang telah diberi bobot angka atau nilai, menjadi dasar dari analisis kuantitatif yang merupakan penjabaran dari definisi operasional (Machmud, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena peneliti ingin meneliti pengaruh terpaan video di Youtube terhadap kesadaran merek. Data-data yang akan dianalisis berasal dari hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada sampel. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh variabel X (terpaan video di Youtube) terhadap variabel Y (kesadaran merek).

B. Tipe dan Dasar Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research*. Tipe tersebut digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. *Explanatory research* merupakan suatu penelitian di mana peneliti menjelaskan hubungan kausal sebab-akibat antara variabel-variabel melewati pengujian hipotesa. (Singarimbun & Effendi, 2008:5)

Dasar penelitian ini memakai metode survey. Metode survey merupakan pelacakan yang dihadirkan dengan tujuan untuk mendapatkan fakta dari gejala yang ada. Metode ini juga mencari keterangan secara factual mengenai institusi sosial, ekonomi, atau politik, dari suatu kelompok atau daerah (Masyhuri & Zainuddin, 2008). Biasanya penelitian yang menggunakan metode survey hanya memakai kuesioner serta hanya berkisar di ruang lingkup, seperti: 1) ciri-ciri demografis masyarakat; 2) lingkungan sosial responden; 3) aktivitas responden; dan 4) pendapat dan sikap responden (Bungin, 2005). Jika dilihat dari uraian di atas, dasar penelitian ini dianggap sesuai untuk mengetahui pengaruh terpaan video di Youtube terhadap kesadaran merek.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama 30 hari, terhitung dari tanggal 1-30 April 2020. Penelitian akan dilaksanakan di kota Malang.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Istilah populasi dipakai untuk menyebutkan serumpun (sekelompok) objek yang menjadi masalah sasaran penelitian. Oleh karena itu, populasi penelitian adalah keseluruhan atau *universum* dari objek penelitian (Masyhuri & Zainuddin, 2008). Penelitian populasi dilakukan apabila peneliti ingin melihat segala liku-liku yang terdapat dalam populasi (Arikunto, 1992). Populasi merupakan generalisasi wilayah yang terdiri atas subjek/objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, populasi yang menjadi objek penelitian yaitu anggota aktif komunitas Malang *Beauty Community* yang anggotanya berjumlah 40 orang, dengan anggota aktif sebanyak 25 orang. Kriteria anggota aktif dalam Malang *Beauty Community* sesuai dengan peraturan internal komunitas tersebut adalah: aktif mengikuti kegiatan *offline* ataupun *online* komunitas selama 6 bulan terakhir. Sementara alasan pemilihan populasi tersebut adalah karena ketertarikan pada bidang yang diteliti yakni perihal seni tata rias wajah dan perawatan tubuh, selain itu juga karena mengetahui dan pernah menonton video *one brand make-up tutorial* Tasya Farasya di Youtube.

2. Sampel

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan metode *total sampling*, dengan alasan jumlah subjek dari total populasi yang

akan diteliti berjumlah kurang dari 100 orang (Sugiyono, 2016). Sedangkan metode sampling yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus, karena semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Adapun total sampel yang akan menjadi subjek penelitian berjumlah 25 orang yang meliputi anggota aktif dari Malang *Beauty Community*.

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan batasan mengenai pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel (konsep) yang akan diukur, diteliti, serta digali datanya (Hamidi, 2010). Penelitian ini terdiri atas satu variabel bebas atau *independent variable* yang ditandai dengan simbol X dan satu variabel terikat atau *dependent variable* yang ditandai dengan simbol Y.

1. Terpaan Video di Youtube (X)

Youtube merupakan situs berbagi video dimana semua orang dapat menonton serta mengunggah videonya dimana dan kapan saja. Kemudahan akses ini membuat banyak tipe video yang beredar, salah satunya adalah video mengenai kecantikan.

Tayangan video *One Brand Make-up Tutorial* merupakan jenis video yang cukup populer di kalangan *youtuber* atau pembuat video Youtube tentang kecantikan. Dalam video ini, biasanya *youtuber* membuat make-up tutorial dengan hanya satu merek saja. Tasya Farasya merupakan salah satu *youtuber* yang membuat cukup banyak video *One Brand Make-Up Tutorial*.

2. Kesadaran Merek (Y)

Kesadaran merek atau *brand awareness* berhubungan dengan kekuatan dari sebuah merek meninggalkan jejak dalam ingatan, diwujudkan oleh kemampuan khalayak untuk mengingat serta mengidentifikasi merek pada sebuah kondisi (Keller, 2003). Sementara Tjiptono (2005:40) menyebutkan bahwa kesadaran merek adalah kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi atau mengingat bahwa sebuah merek merupakan bagian dari kategori tertentu.

Kesadaran merek merupakan salah satu tujuan utama dari marketing, yang memiliki efek terhadap pengambilan keputusan oleh konsumen yang mempengaruhi produk apa yang masuk dalam daftar pertimbangan, dan produk apa yang dipilih dari daftar pertimbangan tersebut. (Macdonald dan Sharp, 2000)

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan cara untuk mengukur suatu variabel. Operasional variabel adalah petunjuk pelaksanaan cara mengukur suatu variabel (Singarimbun & Effendi, 2001).

1. Variabel Bebas (X): Terpaan *Video One Brand Make-Up Tutorial*

Tasya Farasya di YouTube

Adapun indikator dari variabel bebas tersebut yaitu:

- a. *Acquiring*, penerimaan elemen pesan dari media.
- b. *Triggering*, proses mengingat informasi yang pernah diterima.

- c. *Altering*, proses mengubah struktur pengetahuan yang dimiliki.
- d. *Reinforcing*, menguatkan struktur pengetahuan yang dimiliki.

2. Variabel Terikat (Y): Kesadaran Terhadap Merek

Adapun indikator dari variabel terikat tersebut yaitu:

- a. Mengetahui merek
- b. Dapat mengenali merek setelah dibantu menyebutkan ciri-cirinya
- c. Dapat mengingat merek setelah kategori produk
- d. Dapat mengenali merek di antara produk pesaing
- e. Dapat mengidentifikasi dan menyebutkan ciri-cirinya ketika disebut nama merek

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. (Bungin, 2005: 123)

1. Kuesioner atau Angket

Metode angket adalah daftar atau serangkaian pertanyaan yang dibentuk secara sistematis, lalu dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikembalikan kembali kepada petugas atau peneliti (Bungin, 2005:123). Angket dalam penelitian ini menggunakan *google form* yang tautannya disebar dalam grup *chat* komunitas Malang Beauty Community.

H. Uji Keabsahan Data

1. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran hasil kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengetahui bobot setiap item masing-masing variabel yang diteliti. Skala Likert yang digunakan adalah skala lima tingkatan, yakni memberikan lima alternatif jawaban yang disediakan (Ghozali, 2001).

Adapun bobot pada setiap jawaban adalah sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju)	= 5
S (Setuju)	= 4
N (Netral)	= 3
TS (Tidak Setuju)	= 2
STS (Sangat Tidak Setuju)	= 1

2. Uji Validitas Data

Validitas merupakan sebuah derajat ketepatan instrumen sebagai alat ukur untuk menjawab ketepatan instrumen yang digunakan sebagai pengukur sesuatu yang akan diukur. Untuk menghitung tingkat validitas sebuah instrumen dapat dipakai koefisien korelasi dengan memakai rumus *product moment* milik Pearson. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor dalam distribusi tabel x

y = skor dalam distribusi tabel y

n = jumlah sampel

3. Reliabilitas Data

Reliabilitas data dibutuhkan untuk menunjukkan tingkat kesinambungan data dalam pengungkapan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun data dilakukan pada waktu-waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dapat menggunakan Alpha Cronbach, yaitu:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum Vi}{V_{test}} \right)$$

Keterangan:

n = jumlah pertanyaan

Vi = varian skor tiap pertanyaan

Vtest = varian total semua skor (bukan %'s) pada seluruh tes

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji normal atau tidaknya distribusi data dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun cara yang dapat dilakukan untuk menguji normalitas data adalah dengan menggunakan metode pengujian Kolmogorov-Smirnov test of normality, di mana jika nilai Sig. > 0.05 maka data dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel yang diteliti mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan

bantuan program SPSS ver. 16.0 for windows, melalui fitur test of linearity dengan taraf signifikansi 0.05. Adapun pengambilan keputusan pada uji linieritas adalah kedua variabel yang diteliti dikatakan memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi (linearity) > 0.05.

I. Teknik Analisis Data

1. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (r) adalah bayangan besar hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Penelitian ini memakai rumus korelasi *Pearson's product moment* karena berusaha mengetahui derajat keeratan hubungan antara dua variabel yang memakai skala interval atau rasio, untuk mengembalikan nilai koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2 (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi antara variabel x dan variabel y

n = jumlah sampel

\sum = sigma atau jumlah

x = skor variabel bebas (terpaan video)

y = skor variabel terikat (kesadaran merek)

Adapun tabel klasifikasi nilai koefisien korelasinya adalah:

Tabel 3.1
Klasifikasi Koefisien Korelasi (r) Pearson

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) adalah besarnya variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui proporsi pengaruh atau sumbangan variabel X (Terpaan video *One Brand Make-Up Tutorial* di Youtube) terhadap variabel Y (Kesadaran merek), melalui rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat, apakah memiliki arah hubungan yang positif atau negatif. Analisis regresi linier sederhana juga digunakan untuk memperhitungkan nilai variabel terikat, yang mana dalam penelitian ini

akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS ver. 16.0 for windows*, melalui rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat yang diprediksi

A = koefisien konstanta

B = arah koefisien regresi

X = variabel bebas

4. Uji Koefisien Regresi Sederhana

Uji koefisien regresi sederhana atau Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), melalui rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

r² = koefisien determinasi

atau juga dapat diketahui melalui pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0.05, maka Ho diterima
- Jika nilai signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak